

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

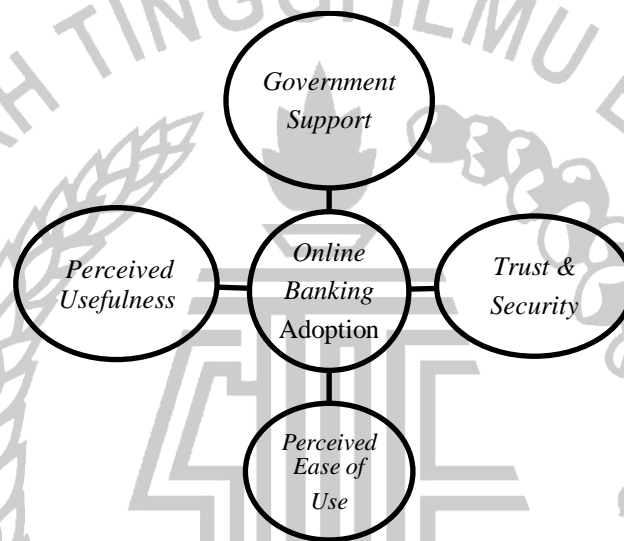
Penelitian ini mengenai “Pengaruh Kepercayaan , Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Nasabah dalam Menggunakan *Internet Banking* Bank Cimb Niaga Di Surabaya” dengan menggunakan acuan penelitian yang dilakukan oleh :

2.1.1 **Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)**

Mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan dengan judul penelitian “*Factor Affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Impications for Bank Managers*” menyatakan bahwa pengguna internet di Ghana terus meningkat dan semua indikasi menunjuk ke arah kemungkinan penerapannya perbankan *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi perbankan *online* di Ghana.

Penelitian ini dilakukan di Ghana yang melibatkan 120 kuesioner dengan menggunakan instrumen Skala Likert. Analisis regresi dalam software SPSS digunakan untuk menganalisis data yang dapat menghasilkan ANOVA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontruksi asli TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu Pengaruh Manfaat, Pengaruh Kemudahan Penggunaan serta ekstensi dukungan pemerintah, Kepercayaan dan Keamanan semua signifikan terhadap

nasabah untuk mengadopsi banking. Implikasi untuk pihak Bank bahwa mereka harus berkonsentrasi pada promosi dan kemajuan yang diperoleh dari biaya transaksi yang lebih rendah, suku bunga deposito yang tinggi antara lain yang direalisasikan dari pengguna *online* perbankan terkait untuk kemudahan penggunaan.



Sumber : Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)

Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN PERKINS DAN ANNAN (2013)

Hasil penelitian ini adalah kepercayaan dan keamanan ditemukan signifikan untuk menentukan adopsi nasabah menggunakan perbankan *online*. Dapat disimpulkan bahwa implikasi untuk manajer bank untuk berkonsentrasi pada promosi dan kemajuan *payback* seperti biaya transaksi yang lebih rendah dan suku bunga deposit yang lebih tinggi. Selain itu bank juga harus meningkatkan kepercayaan nasabah untuk meningkatkan adopsi *online banking*.

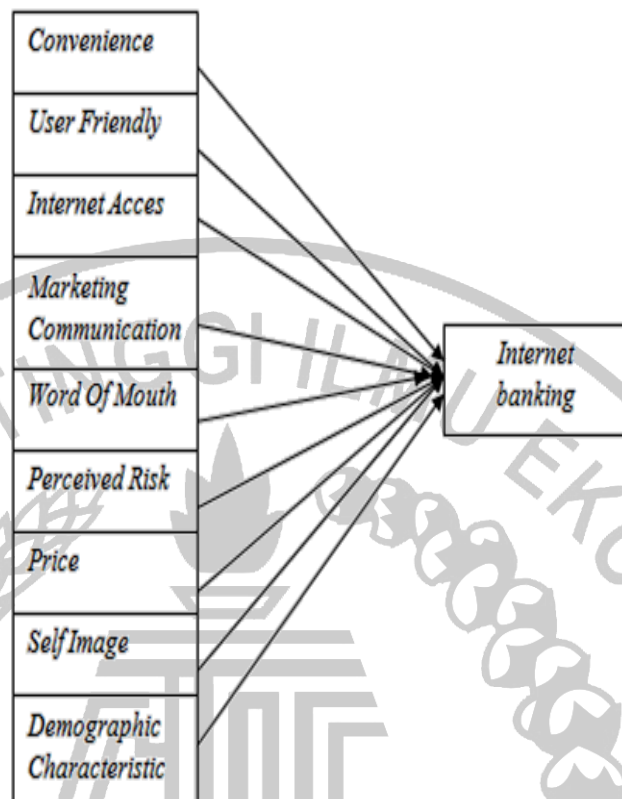
Persamaan : Dalam penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat persamaan yaitu sama-sama menggunakan variabel pengaruh manfaat, pengaruh kemudahan dan pengaruh kepercayaan. Persamaan lainnya terletak pada yang sama-sama menggunakan Skala Likert dan sama-sama menggunakan analisis regresi dalam software SPSS digunakan untuk menganalisis data.

Perbedaan : Perbedaan dari penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian. Yaitu penelitian sebelumnya para pengguna *online banking* di Ghana sedangkan pada penelitian sekarang objek penelitiannya pada nasabah pengguna *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya.

2.1.2 Michael D. Clemes, Christopher Gan Dan Junhua Du (2012)

Adapun judul penelitiannya adalah "*The factors impacting on customers' decisions to adopt Internet banking*". Tujuan dari penelitian ini fokus pada faktor-faktor adopsi *internet banking* yang mempengaruhi nasabah perbankan di Selandia Baru.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan 389 responden dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang melibatkan nasabah Bank di Christchurch, Selandia Baru. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Multivariate* analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah di usia muda dan nasabah berpenghasilan tinggi lebih banyak mengadopsi *internet banking*.



Sumber: Michael D. Clemes, Christopher Gan Dan Junhua Du (2012)

Gambar 2.2
KERANGKA PEMIKIRAN
MICHAEL D. CLEMES, CHRISTOPHER DAN JUNHUA DU (2012)

Persamaan : Dalam penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh manfaat dan metode pengumpulan data yang digunakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang yakni sama-sama menggunakan metode kuesioner.

Perbedaan : Peneliti sebelumnya melakukan penelitian dengan nasabah di Christchurch, Selandia Baru sebagai responden, sedangkan penelitian sekarang meneliti nasabah pengguna *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya.

Tabel 2.1
PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN
PENELITIAN SEKARANG

Nama Penelitian	Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013)	Michael D. Clemes, Christopher Gan dan Junhua Du (2012)	Novia Rosalina (2017)
Judul Peneliti	<i>Factor Affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Impications for Bank Managers</i>	<i>The factors impacting on customers' decisions to adopt Internet banking</i>	Pengaruh Kepercayaan , Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Nasabah Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> Bank Cimb Niaga Di Surabaya
Lokasi Penelitian	Ghana	New Zealand	Indonesia
Objek Penelitian	<i>Online Banking</i> di Ghana	<i>Internet Banking</i> di New Zealand	Nasabah Bank CIMB di Surabaya
Variabel Bebas	Pengaruh Manfaat, Pengaruh Kemudahan, Dukungan Pemerintah, Kepercayaan dan Kemanan	Manfaat, Pengguna Website Yang Ramah, Akses Internet, Komunikasi Pemasaran, Persepsi Resiko, Harga, Karakteristik Demografi	Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan
Variabel Terikat	<i>Online Banking</i> Adopsi	Internet banking Adopsi	Niat Nasabah Pengguna <i>Internet Banking</i>
Instrumen Penelitian	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner
Jumlah Sampel / Responden	120 Responden	389 Responden	80 Responden
Teknik Pengambilan Sampel	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Random Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	Analisis regresi berganda	Analisis Multivariate	Analisis Regresi Berganda
Hasil Penelitian	Pengaruh Manfaat, Pengaruh Kemudahan, Dukungan Pemerintah, Kepercayaan dan Kemanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Adopsi Internet Banking.	Manfaat, Pengguna Website Yang Ramah, Akses Internet, Komunikasi Pemasaran, Persepsi Resiko, Harga, Karakteristik Demografi Berpengaruh Signifikan Terhadap Internet Banking Adopsi.	Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Niat Nasabah Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> .

Sumber:Ed-Zilla Daniel Perkins dan Jonathan Annan (2013), Michael D. Clemes, Christopher Gan dan Junhua Du (2012)

2.2 Landasan Teori

Landasan teori adalah sebagai dasar untuk menganalisa dan sebagai dasar dalam melakukan pembahasan untuk pemecahan yang dirumuskan dalam penelitian ini.

2.2.1 **Pengertian *Internet Banking***

Menurut Bank Indonesia *Internet Banking* adalah salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan Bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet, sehingga pendirian dan kegiatan *Internet Only Bank* tidak diperkenankan. Jenis kegiatan *internet banking* dibedakan menjadi tiga yaitu: a. *Informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*). b. *Communicative Internet Banking* yaitu pelayanan jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan Bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi. c. *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa Bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan Bank penyedia layanan *internet banking* dan melakukan eksekusi transaksi. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah Bank dan pihak Bank. Selain itu bentuk transaksi yang dilakukan bersifat maya

atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas Bank yang bersangkutan.

Internet banking pada dasarnya untuk transaksi melalui internet atau melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang kegunaannya untuk mentransfer sejumlah dana dari rekening satu ke rekening lain dan bisa juga untuk pengecekan rekening. Manfaat menggunakan layanan *internet banking* bagi nasabah memudahkan nasabah mendapatkan layanan perbankan dengan mudah dan cepat sehingga lebih hemat waktu dan biaya.

2.2.2 Niat

Niat merupakan suatu proses kejiwaan yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan. Dimana proses jiwa menimbulkan kecenderungan perasaan terhadap sesuatu, gairah dan keinginan terhadap sesuatu. Bisa dikatakan pula bahwa niat menimbulkan keinginan yang kuat terhadap sesuatu.

2.2.3 Kepercayaan

Kepercayaan dalam konteks ini adalah nasabah percaya bahwa teknologi *internet banking* aman untuk digunakan. Kepercayaan menjadi penting dalam dunia *Internet Banking* karena mengandung informasi yang sensitif. Kepercayaan ditunjukkan dari keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dalam memenuhi harapannya. Oleh karena itu membangun kepercayaan kepada nasabah adalah sangat sulit jadi mengutamakan terciptanya rasa kepercayaan nasabah terhadap bank. Melalui kepercayaan yang terbangun antar pihak Bank dan nasabah, maka

perbankan yang dijalankan akan mudah terbangun lebih intensif antara nasabah dengan pihak bank, mengingat pihak Bank wajib untuk membangun rasa kepercayaan terhadap nasabah agar nasabah merasa yakin dan aman pada Bank tersebut. Kepercayaan meliputi kemampuan pihak Bank untuk membangun rasa kepercayaan nasabah, dan rasa aman pada simpanan nasabah yang ada di Bank.

Merujuk pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Perkins dan Annan (2013:99), bahwa persepsi kepercayaan dan keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *online banking* di Ghana.

2.2.4 Manfaat

Menurut Perkins dan Annan (2013:11) mendefinisikan manfaat adalah mempertemukan kebutuhan dan harapan konsumen secara berkelanjutan atas harga yang telah mereka bayarkan. Manfaat dari penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja, dan kinerja orang yang menggunakannya. Manfaat dalam *internet banking* merupakan manfaat yang diperoleh penggunaanya. Bank harus bisa mengidentifikasi jenis fitur yang dapat bermanfaat bagi penggunaanya atau diharapkan oleh nasabah dalam melaksanakan tugasnya. Karena, tingkat manfaat *internet banking* mempengaruhi niat nasabah terhadap suatu sistem. Seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan *internet banking*. Jika nasabah menggunakan *internet banking* terus menerus, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *internet banking* tersebut.

Merujuk pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Perkins dan Annan (2013:99), bahwa persepsi manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *online banking* di Ghana.

2.2.5 Kemudahan Penggunaan

Menurut Thatit Mahendra (2014) persepsi kemudahan penggunaan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga, apabila seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk digunakan maka dia akan menggunakannya, namun apabila sebaliknya, maka dia tidak akan menggunakannya.

Menurut hasil penelitian Perkins dan Annan (2013:104), Kemudahan penggunaan dapat diukur dengan beberapa hal sebagai berikut :

1. Layanan *Internet banking* sangat mudah dipelajari
2. *Internet banking* sangat mudah untuk digunakan
3. Berinteraksi dengan menggunakan *Internet banking* mudah untuk dimengerti
4. Bertransaksi dengan menggunakan *Internet banking* mudah untuk digunakan

Merujuk pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Perkins dan Annan (2013:99), bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *online banking* di Ghana.

2.3 Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan landasan teori mengenai Kepercayaan, Manfaat dan Kemudahan maka variabel tersebut mempunyai pengaruh terhadap Niat Nasabah menggunakan *Internet Banking*.

2.3.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan

Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja individu dalam melakukan kegiatan suatu organisasi atau perusahaan. Kepercayaan adalah dimana seseorang memiliki keyakinan pada orang lain. Ketika seseorang itu mengambil keputusan, maka nasabah akan lebih memilih keputusan tersebut berdasarkan pilihan dari orang yang dapat dipercaya daripada orang yang ia tidak percaya. Kepercayaan merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan *internet banking*. Bahwa sistem *internet banking* mudah digunakan, aman, dan tidak merugikan. Penjelasan diatas dapat digunakan untuk mengukur niat nasabah.

2.3.2 Pengaruh Manfaat terhadap Niat Menggunakan

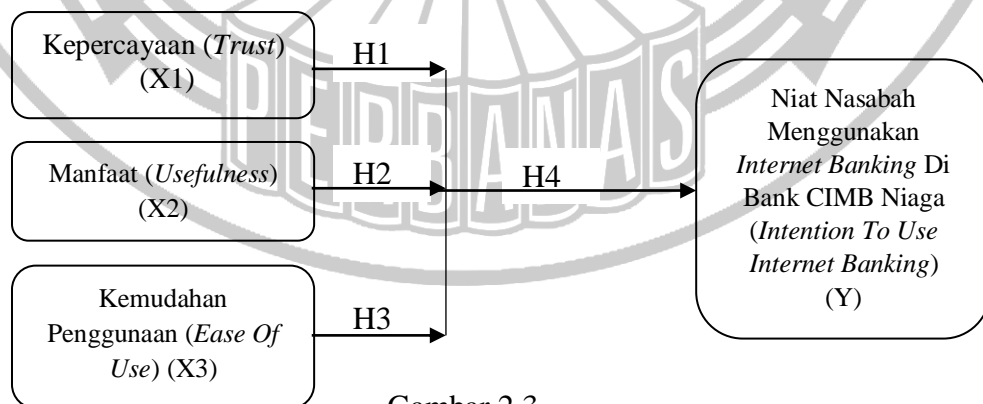
Persepsi manfaat adalah dimana seseorang itu mengetahui bahwa penggunaan suatu teknologi itu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Ada beberapa manfaat dalam menggunakan *internet banking* yaitu memudahkan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan memudahkan mendapatkan layanan perbankan yang lebih cepat. Oleh karena itu manfaat dari menggunakan *internet banking* dapat digunakan untuk mengukur niat nasabah.

2.3.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan

Kemudahan penggunaan adalah sesuatu yang dapat mudah dipahami dan memperlancar sesuatu. Atas dasar definisi tersebut kemudahan menggunakan layanan *internet banking* berarti mudah memahami bila bertransaksi. Kemudahan bertransaksi sangat penting bagi pengguna *internet banking* dengan hemat waktu dan biaya yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dalam jaringan internet. Niat seseorang untuk menggunakan *internet banking* juga didorong oleh persepsi kemudahan penggunaan, oleh karena itu kemudahan yang didapat dalam menggunakan *internet banking* dapat digunakan untuk mengukur niat nasabah.

2.4 Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka peneliti akan meneliti sejauh mana untuk menunjukkan hubungan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Model penelitian yang digunakan adalah Uji Simultan seperti pada gambar berikut ini dan peneliti dapat membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.3

KERANGKA PEMIKIRAN

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual yang telah dikemukakan, maka hipotesis di rumuskan sebagai berikut :

H1 : Pengaruh kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya

H2 : Pengaruh manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya

H3 : Pengaruh kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya

H4 : Pengaruh kepercayaan, pengaruh manfaat, dan pengaruh kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam menggunakan *internet banking* di Bank CIMB Niaga Surabaya.